

行政院環境保護署主管機關(含前瞻特別預算、基金、財團法人)110年第二季(06月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
行政院環境保護署	110年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫(第一期款)	網路媒體	110年04月1日~110年07月22日：33次	土壤及地下水污染整治基金管理會	土壤及地下水污染整治基金	土壤及地下水污染整治計畫	80,000	財團法人台灣產業服務基金會	經營管理FB與IG《土淨水清系列活動》粉專，透過定期貼文與粉絲互動活動，逐步提升觸及人數，並推廣土壤與地下水保護觀念與相關科普知識。	FB、IG社群媒體	1.FB刊登篇數與觸及人數：21篇，19,953人 2.IG刊登篇數與觸及人數：12篇，990人 3.宣導期程係指預計刊登於網路媒體之日期
行政院環境保護署	109年臺美生態學校認證表揚活動	網路媒體	109年12月02日~109年12月03日	綜合計劃處	環境教育基金	環境教育推動計畫	200,000	環科工程顧問股份有限公司	臺美生態校表揚典禮每年定期於年底辦理，除展現該年度各生態學校努力之成果，並藉由公開的儀式進行表揚，讓認證通過之學校獲得榮譽感，並持續朝向生態永續之目標前進；而尚未參與認證的學校亦可藉由表揚典禮瞭解臺美生態學校計畫。	中央社、教育廣播電台、台灣新生報	
行政院環境保護署	綠生活形象影片及綠色餐廳宣傳影片製作與行銷	網路媒體	109年11月19日~110年01月11日：11次	管制考核及糾紛處理處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	553,649	環資國際有限公司	綠生活形象影片：從日常生活習慣改變即可形塑綠生活，倡導「改變一點點」翻轉生活習慣，做到全民綠生活，打造綠生活態度。 綠色餐廳宣傳影片：透過2D動畫表現，搭配生動活潑的配音，闡述綠色餐廳的內涵「綠色生活在地滿足」。	網路影音廣告(FB、IG、Google及Yahoo多媒體聯播網)	1.FB、IG：1,978,332人次 2.Youtube：28,221人次 3.Google及Yahoo多媒體聯播網：1,002,462人次
行政院環境保護署	全民綠生活 即刻啟動形象廣告/環保大對決-買環保標章產品就對了	電視媒體	109年12月18日~110年01月06日：6次	管制考核及糾紛處理處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	61,351	環資國際有限公司	客運全台40站共計72個候車電視螢幕，每日撥出時段平均為06:00-22:00(16小時)，平均1小時播出3檔，共計撥出6天，共20,736檔次。 因疫情關係，民間廣告量無往年多，故廠商提供額外檔次輪播，平均每小時撥出約將近3.7檔次，因此實際共計25,492檔次。	國光客運候車月台	

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。
2. 本表所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 宣導期程部分，請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
4. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
5. 預算來源查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
6. 預算科目部分，總預算、特別預算及政事型特種基金填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘絀表)3級科目(xx成本或xx費用)；財團法人填至收支營運表3級科目(xx支出或)
7. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。